



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Marketing

“VENTAS Y FIDELIZACIÓN DEL CONSUMIDOR”:
UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA
EN LOS 10 ÚLTIMOS AÑOS.

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración y Marketing

Autora:

Linn Key Ramos Mendoza

Asesor:

Mtra. Erika Karina Terrones Becerra

Cajamarca - Perú

2020



Tabla de contenido

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	9
CAPÍTULO III. RESULTADOS	11
CAPÍTULO IV. DISCUSIONES Y CONCLUSIONES.....	16
REFERENCIAS.....	18

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01 Resumen del Proceso de búsqueda de información de los artículos.	11
Tabla N° 02 Artículos publicados por año y según fuente.	12
Tabla N° 03 Porcentaje del número de Artículos publicados por año.....	13
Tabla N° 04 Porcentaje de Artículos según su nacionalidad.	14
Tabla N° 05 Artículos encontrados según las Variables.....	15



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1	Resumen del Proceso de búsqueda de información de los artículos.	11
Figura N° 2	Número de artículos publicados por año y según fuente.....	12
Figura N° 3	Porcentaje de Artículos publicados por año.....	13
Figura N° 4	Distribución de Artículos segun su nacionalidad.	14
Figura N° 5	Artículos encontrados según las Variables.	15



RESUMEN

En la actualidad las empresas invierten en campañas de fidelización de consumidores para generar más ventas, pero muchas de ellas solo se preocupan en vender perdiendo clientes, para fidelizar y generar más ventas primero tenemos que estudiar al cliente, saber cuáles son sus gustos y preferencias y de esta manera satisfacer sus necesidades. En la presente investigación teórica trata sobre las siguientes variables: Ventas y Fidelización del consumidor. Es por ello, por lo que se realizó una búsqueda de información de estudios científicos fidedignos, en revistas científicas académicas: Renati, Redalyc, Google Académico, Alicia y Scielo. Como resultado de esta investigación se obtuvo 140 artículos, de los cuales 100 fueron seleccionados con un periodo de tiempo de los últimos 9 años 2010 y 2019, con la finalidad de conocer, analizar e identificar la importancia de las ventas y fidelización de los consumidores.

PALABRAS CLAVES: Ventas, fidelización, consumidor, fidelización del consumidor.

NOTA DE ACCESO:

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

Cambra-Fierro, J., Ruiz-Benítez, R., Berbel-Pineda, J. M., & Vazquez-Carrasco, R. (2011).

Podemos fidelizar clientes inicialmente. 643.

Estrada, C., & Isaac. (2018). Aplicación de la mercadotecnia relacional en una empresa de venta de café de Baja California. *Región y sociedad*, 30(1), 11.

Inga Saavedra, F. y. (2018). Marketing relacional y su relación con la fidelización de los. 42.

León Valbuena, N. I. (2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 19(2), 381.

Llontop Bellodas, J. P. (2018). Calidad de servicio y nivel de fidelización del cliente de la empresa "Popeyes Louisiana Kitchen", Chiclayo 2017. 1.

Pacheco, M., (2017), *fidelización de clientes para incrementar las ventas*, Guayaquil.